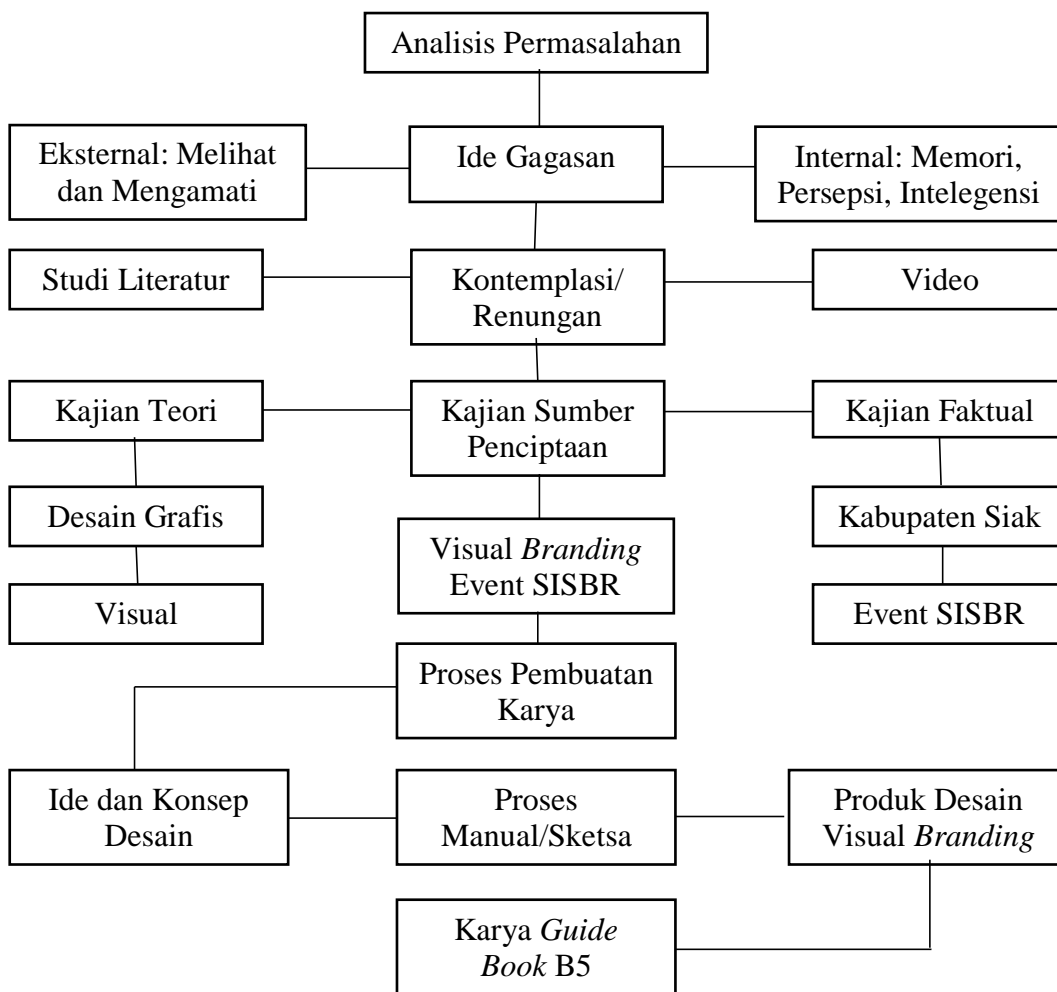


### BAB III

#### METODE PENCIPTAAN

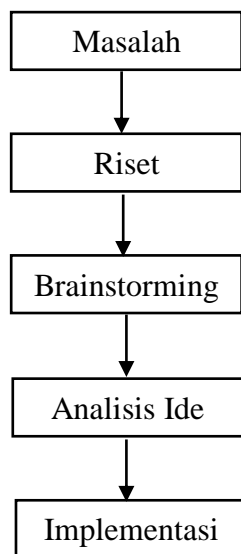
##### A. Tahap Proses Penciptaan

Sebelum membuat karya yang baik, maka perlu dibuat sebuah bagan proses penciptaan karya yang tersusun agar membantu dan membiasakan bekerja secara rapi dan terstruktur.



**Gambar 3. 1**  
**Proses Penciptaan**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**Gambar 3. 2**  
**Bagan proses desain**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### 1) Ide Berkarya

Ide dapat diperoleh kapanpun dan dimanapun, dapat berasal dari kondisi perasaan, keadaan maupun kebiasaan. Sedangkan ide pada sebuah desain adalah berdasarkan permasalahan yang ada untuk dijadikan sebuah solusi. Untuk menemukan solusi yang baik tentu saja terlebih dahulu menganalisis permasalahan. Setiap kegiatan yang tidak mencapai tujuan berarti memiliki masalah yang harus di selesaikan. Tidak terlepas dari kegiatan semacam *event* yang memiliki tujuan dalam penyelenggarannya. Permasalahan yang timbul pada event tidak mencapai tujuan diantaranya seperti permasalahan visual identitas, manajemen *event* dan hal lainnya.

Permasalahan visual pada *event* “Siak *International* Serindit *Boat Race*” penulis jadikan sebagai ide berkarya visual *branding*. Alasan lainnya untuk berkarya *visual branding* ini ketika ketidakpuasan dalam melihat pengemasan event. Selain itu, masalah lainnya seperti menurunnya antusias penonton dan peserta lomba dibandingkan pelaksanaan tahun sebelumnya. Event tersebut adalah sebuah event pacu sampan/jalur yang dilaksanakan di tempat asal penulis yaitu Kabupaten Siak, Riau. Karya tulis ini adalah tugas akhir dari perkuliahan, jadi penulis bermaksud untuk membuat karya dalam bidang desain sekaligus menjadi solusi bagi masalah visual. Karya yang akan dibuat ini dimaksudkan tidak sekedar sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana dan menyelesaikan kuliah.

Dibuatnya karya ini bertujuan agar ilmu yang didapatkan dapat berguna juga bagi orang lain terutama di daerah asal penulis.

Berdasarkan dari permasalahan di atas dan berkesinambungan sesuai dengan hakikat desain adalah untuk memecahkan masalah, maka seorang desainer adalah pemecah masalah. Disini penulis ingin mencoba memberikan solusi atas permasalahan pada *event* tersebut melalui sebuah karya visual *branding*. Melalui teori dan praktik yang didapatkan di perkuliahan nantinya penulis gunakan untuk membuat visual *branding* yang menarik. Visual *branding* yang baik bertujuan untuk menarik perhatian penonton dan peserta *event* tersebut. Tugas akhir ini juga bertujuan untuk mengingatkan kepada pemerintah daerah betapa pentingnya ilmu di bidang desain dan *branding*. Diharapkan dari itu untuk menjadi perhatian dalam mengembangkan sumber daya manusia yang mempunyai skill di bidang desain atau industri kreatif lainnya. Hasil akhir dari karya visual *branding* ini nantinya berbentuk *Guide Book* cetak maupun *softfile*. Ukuran standar *guide book* yaitu dicetak pada ukuran B5.

## 2) Studi

Sebelum memulai pembuatan visual *branding*, terlebih dahulu penulis mengamati melalui studi literatur dan media massa. Studi literatur berupa mencari informasi tertulis di internet maupun data langsung dari Dinas Pariwisata Kabupaten Siak. Pada studi literatur ini penulis mencari tahu hal yang berkaitan dengan definisi, sejarah, konsep acara, tujuan acara, target pasar dan aspek visual yang terdapat pada nama event tersebut. Penulis mengalami kesulitan dalam mencari informasi mengenai event tersebut dikarenakan kurangnya literasi di internet mengenai event tersebut. Sama halnya dengan data yang dibutuhkan dari Dinas Pariwisata juga mengalami keterlambatan dikarenakan data tersebut bersifat tertutup. Studi literatur mengenai event sendiri tidak sulit untuk penulis dapatkan karena banyaknya buku para penulis Indonesia tentang event.

Melalui media massa seperti *website*, media sosial dan video memiliki kendala karena sedikitnya jumlah dan minimnya kualitas video event ini. Melalui media massa event ini penulis mengamati bagaimana pelaksanaan dan euforia yang diperlihatkan. Meski dalam kenyataannya melihat secara langsung akan berbeda dengan melihat melalui layar kaca. Dikarenakan waktu dan hal lain yang tidak

memungkinkan untuk penulis langsung observasi merasakan dan menyaksikan event tersebut, maka hanya bisa mengamati melalui media massa. Antusias masyarakat sekitar yang cukup tinggi ditunjukkan melalui media sosial dapat membantu menganalisis permasalahan.

### 3) Pengolahan Ide

Setelah menentukan ide dan berdasarkan studi, maka penulis mengolah ide untuk membuat visual *branding*. Pada tahap ini penulis mematangkan konsep untuk mendapatkan visualisasi yang sesuai dengan nama event tersebut. Ide yang didapatkan pada tahap ini merupakan hasil dari referensi yang sudah penulis kumpulkan melalui media literasi, *website*, video dan media sosial. Karya event yang serupa dan karya-karya dari beberapa desainer grafis. Pada tahap ini penulis mengambil elemen penting untuk visualisasi logo diantaranya yaitu elemen visual burung serindit, *boat*/sampan/perahu, tenaga/kecepatan dan pemilihan warna yang tepat seperti hijau, merah dan kuning. Setelah proses tersebut, langkah selanjutnya yaitu membuat beberapa tahap seperti pembuatan konsep, sketsa, hasil digital berupa karya tulis dan *file* desain serta hasil yang dicetak dalam ukuran B5.

## B. Alat dan Bahan

Demi menunjang kelancaran dalam pembuatan visual *branding*, penulis menggunakan beberapa alat bantu yaitu sebagai berikut:

### 1. Pensil, Pulpen dan Penghapus



**Gambar 3. 3**  
**Pensil, Pulpen dan Penghapus**  
Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Pensil yang digunakan yaitu pensil dengan ketebalan 2B, penghapus merek dan pulpen. Alat ini digunakan untuk membuat sketsa dan membuat konsep pada *sketch book*.

## 2. Buku Sketsa/*Sketch book*



**Gambar 3. 4**

**Buku sketsa/*sketch book***

Sumber: Dokumentasi Penulis

Penulis menggunakan buku sketsa berukuran A4. Buku ini digunakan sebagai bahan untuk membuat sketsa dan konsep visual *branding* sebelum membuat secara digital. Kertas pada buku sketsa ini bersifat tidak terlalu kasar sehingga nyaman digunakan untuk membuat sketsa menggunakan pensil atau pulpen.

## 3. Laptop



**Gambar 3. 5**

**Laptop**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Salah satu perangkat yang penulis gunakan yaitu laptop dengan spesifikasi prosesor Intel Core i5 2,6 Ghz, RAM 4 GB, VGA NVIDIA GeForce GT 730m,

HDD 500 GB dan OS Windows 10 64-bit. Spesifikasi tersebut sudah cukup untuk digunakan sebagai perangkat dalam mendesain visual *branding*. Perangkat ini digunakan untuk membuat sketsa manual menjadi digital dengan bantuan *software*/perangkat lunak desain.

#### 4. Mouse



**Gambar 3. 6**  
***Mouse***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Untuk menunjang mobilitas dalam mendesain visual *branding*, penulis menggunakan perangkat *mouse* agar memudahkan dan membantu proses yang lebih cepat serta mudah. Fungsi *mouse* adalah mengatur pergerakan kursor secara cepat, selain itu juga untuk memberikan suatu perintah dengan hanya menekan tombol pada mouse.

#### 5. *Smartphone*



**Gambar 3. 7**  
***Smartphone***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

*Smartphone* adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, terkadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Penggunaan *smartphone* ini adalah untuk membantu dalam mencari informasi melalui media sosial tentang event tersebut serta mencari referensi dalam berkarya.

## 6. Scanner



**Gambar 3. 8**

*Scannner*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

*Scanner* adalah sebuah alat pemindai sketsa manual salah satu perangkat input pada komputer, merupakan suatu alat yang berfungsi untuk menduplikat objek layaknya seperti mesin fotokopy ke dalam bentuk digital.

## 7. Printer



**Gambar 3. 9**

*Printer*

Sumber: Epson L120 (2015) <http://www.winkprintersolutions.com>

*Printer* adalah peranti yang menampilkan data dalam bentuk cetakan, baik berupa teks maupun gambar/grafik, di atas kertas. Digunakan untuk mencetak hasil digital maupun untuk melihat bagaimana warna yang dihasilkan setelah dicetak.

## 8. CorelDraw



**Gambar 3. 10**  
**Logo CorelDraw X7**

Sumber: Alejandro (2014) <https://www.brandsoftheworld.com>

CorelDraw merupakan sebuah aplikasi grafis berbasis *vector*. Format *vector* adalah gambar yang membentuk sejumlah objek garis dan objek kurva berdasarkan rumusan matematis. Penulis memilih *software* CorelDraw karena sudah akrab digunakan selama penulis terjun ke dunia desain grafis. Selain itu, karena *software* ini lebih *user friendly* menurut penulis dibandingkan aplikasi berbasis *vector* yang lain. CorelDraw yang digunakan yaitu CorelDraw X7.

## 9. Adobe Photoshop



**Gambar 3. 11**  
**Logo Adobe Photoshop**

Sumber: Ansoryllah (2019) <https://mahirphotoshop.com>

Adobe Photoshop adalah perangkat lunak yang diproduksi oleh Adobe Systems serta berguna untuk mengolah/mengedit sebuah gambar ataupun foto. Perangkat lunak ini dapat dijalankan untuk operasi system Windows, MacOS X dan MacOS. Selain menggunakan CorelDraw untuk aplikasi desain, penulis juga



menggunakan aplikasi berbasis bitmaps yaitu Adobe Photoshop CC 2015. Aplikasi ini digunakan untuk mengaplikasikan hasil desain yang telah dibuat kepada gambar-gambar yang relevan dengan tujuan visual *branding* contohnya seperti *mockup*. *Mockup* adalah sebuah media visual atau *preview* dari sebuah konsep desain "datar" yang diberikan efek visual sehingga hasilnya sangat tampak atau menyerupai wujud nyata.

### **C. Tahap Berkarya**

Tahapan adalah proses yang harus dilalui untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Ada beberapa tahapan yang perlu diselesaikan dalam berkarya desain visual *branding* ini.

#### **1. Pemilihan Materi**

Pada proses pemilihan materi, penulis memilih materi yang cocok untuk dijadikan identitas visual *branding*. Pemilihan materi ini berdasarkan dari nama event “Siak *International Serindit Boat Race*”. Dari nama tersebut penulis mengambil materi yang bisa dijadikan visual *branding*, diantaranya yaitu burung Serindit, sampan/perahu, kecepatan/kekuatan dan tanjak sebagai ciri khas dari Kabupaten Siak. Pemilihan itu tidak serta-merta tanpa pertimbangan, namun penulis membuat *brainstorming* untuk memilih materi tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh gambar berikut:





**Gambar 3. 14**  
**Perahu Sampan**

Sumber: Tanpa Nama (2019) <https://www.wikihow.com>



**Gambar 3. 15**  
**Tanjak Melayu**

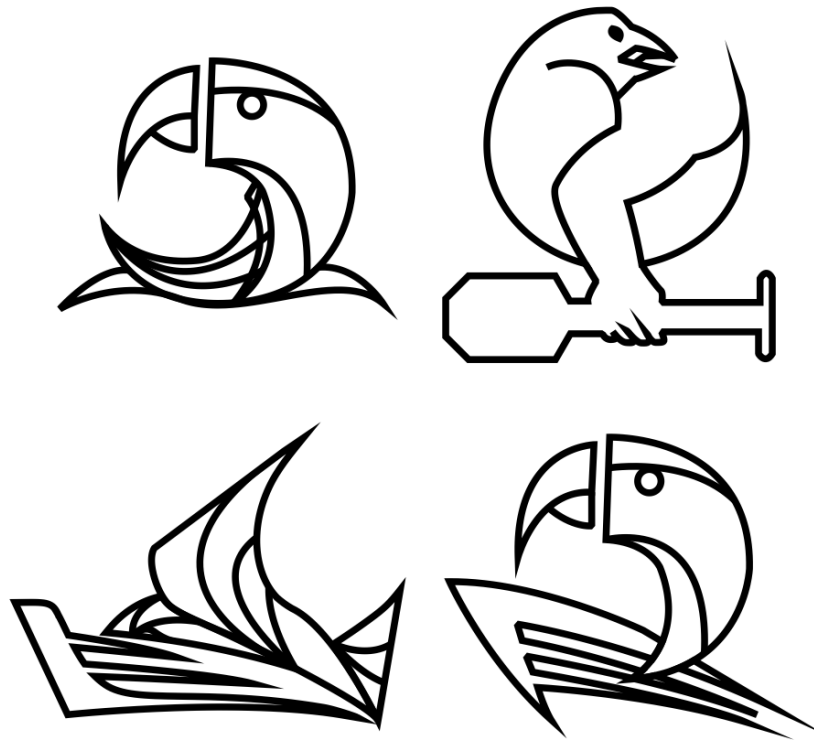
Sumber: Tanpa Nama (2018) <https://www.linkarnews.com>

## **2. Proses Sketsa**

Tahap selanjutnya dalam pembuatan karya ini yaitu sketsa. Sketsa adalah sebuah gambaran kasar dan ringan yang digunakan untuk mengawali atau sebagai kerangka sebuah penggarapan karya. Setelah diduplikatnya elemen visual yang tepat, maka penulis mulai membuat sketsa kasar konsep logo menjadi beberapa opsi. Membuat beberapa opsi ini bertujuan untuk membandingkan satu dengan yang lain dan mengeksplorasi lebih luas tentang konsep logo yang ingin dibuat.

### **a) Sketsa *Logogram***

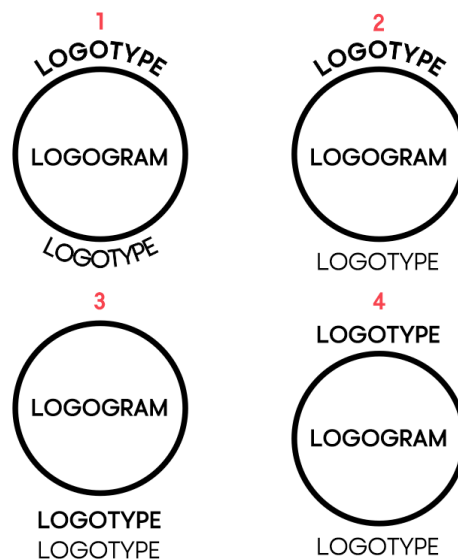
Empat sketsa di bawah merupakan gambaran dari hasil pemikiran pemilihan materi berdasarkan nama event SISBR. Dari keempat opsi di bawah, penulis memilih salah satu sketsa *logogram* untuk dijadikan sebagai logo event SISBR dibandingkan tiga yang lainnya.



**Gambar 3. 16**  
**Sketsa logo yang telah dikonversi**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

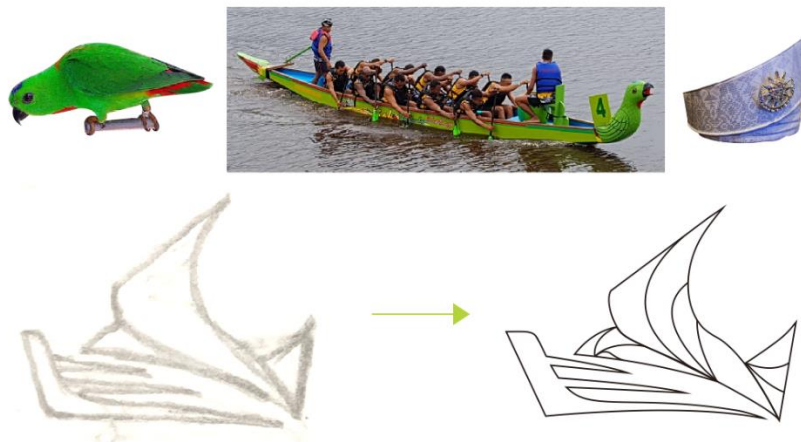
**b) Sketsa *Layout Logotype***

Sketsa *layout logotype* ini penulis membuat empat pilihan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan *layout* manakah yang lebih cocok.



**Gambar 3. 17**  
**(a) Logotype satu, (b) Logotype dua, (c) Logotype tiga, (d) Logotype empat**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### 3. Konversi Logo



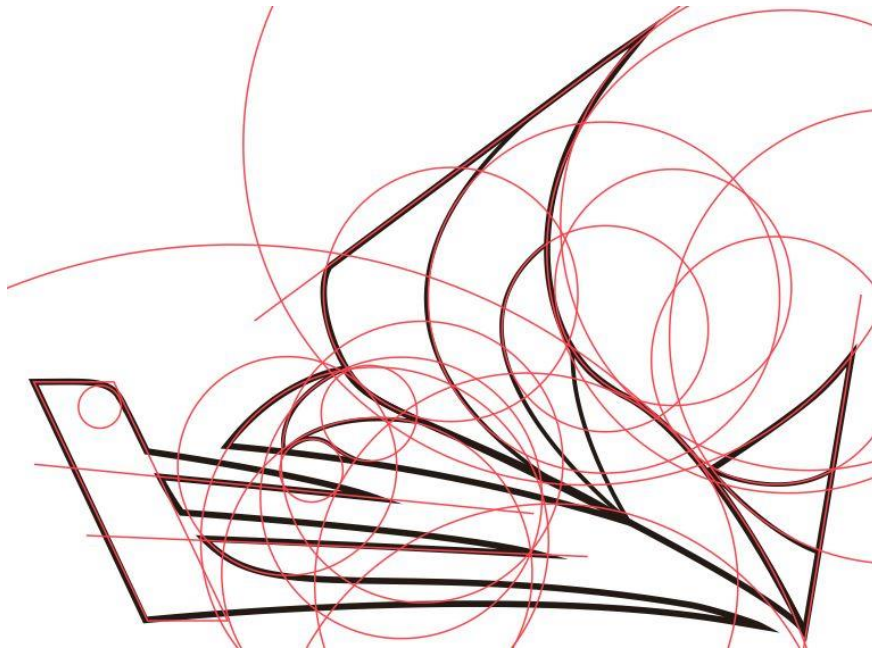
**Gambar 3. 18**  
**Proses konversi sketsa ke *outline vector***  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Pada proses ini proses ini penulis membuat garis *outline* logo dari sketsa yang mengadaptasi dari bentuk burung serindit yang terbang, perahu/sampan dan tanjak. Proses ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi CorelDraw X7.

### 4. Proses Pembuatan Logo

Setelah menyelesaikan tahap konversi dari sketsa ke *outline vector*, tahap selanjutnya yaitu desain logo secara digital dengan aplikasi CorelDraw X7.

#### a) Struktur *Logogram*



**Gambar 3. 19**  
**Struktur bidang pembentuk *logogram***  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



### b) Proses Pewarnaan (*coloring*)



**Gambar 3. 20**  
**Proses *coloring* logo**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Proses pewarnaan dilakukan setelah sketsa logo sudah menjadi *outline* vektor. Perangkat lunak yang digunakan masih CorelDraw X7.

### c) *Color Pallete*

#### RGB

|  |                  |
|--|------------------|
|  | R:200 G:219 B:89 |
|  | R:180 G:210 B:60 |
|  | R:159 G:191 B:44 |
|  | R:142 G:173 B:52 |
|  | R:232 G:71 B:82  |
|  | R:228 G:54 B:66  |
|  | R:183 G:46 B:50  |
|  | R:183 G:46 B:50  |

#### CMYK

|  |                       |
|--|-----------------------|
|  | C:28 M:00 Y:78 K:00   |
|  | C:36 M:00 Y:91 K:00   |
|  | C:45 M:9 Y:100 K:00   |
|  | C:52 M:18 Y:100 K:00  |
|  | C:00 M:88 Y:60 K:00   |
|  | C:00 M:94 Y:73 K:00   |
|  | C:31 M:100 Y:100 K:00 |
|  | C:13 M:22 Y:93 K:00   |

**Gambar 3. 21**  
**Color Pallete**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Warna adalah elemen penting untuk membangun kesatuan visual dari merek, sehingga perlu untuk menggunakannya dengan benar dan konsisten. Warna yang dipilih dari visual *branding* SISBR telah dirancang untuk digunakan pada berbagai aplikasi pada banyak media, seperti media cetak dan digital, sehingga memastikan konsistensi.

d) Proses pembuatan *logotype*

# **SIAK INTERNATIONAL** *Serindit Boat Race*

Gambar 3. 22

Font dasar *Logotype*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Pembuatan *logotype* menggunakan huruf Typo Gotika Demo yang penulis unduh dari salah satu website penyedia huruf. Pada kalimat “SIAK INTERNATIONAL” menggunakan huruf *uppercase* (kapital) ukuran huruf 48pt dengan warna merah pada warna *logogram* sebelumnya, sedikit diubah pada huruf A pada kalimat “SIAK INTERNATIONAL”. Sedangkan pada kalimat “Serindit Boat Race” menggunakan huruf *lowercase* ukuran 36pt dengan menggunakan warna hijau pada warna *logoram*.



Gambar 3. 23

Proses *Custom Logotype*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Pada kalimat “Serindit Boat Race” menggunakan huruf Typo Gotika Demo gabungan antara *uppercase* dan *lowercase* ukuran 36pt, huruf dibuat condong 20 derajat ke kanan.

e) *Primary Logo*

Spesifikasi yang tepat ditetapkan untuk menunjukkan struktur fisik dari seluruh logo SISBR. Pastikan bentuk dan proporsi yang tepat dibandingkan dengan

palang merek dalam sistem grid yang ditunjukkan pada halaman ini. Ketinggian X didefinisikan oleh setengah tinggi simbol.



**Gambar 3. 24**  
**Primary Logo**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

Logo utama ini menggunakan *layout margin center* dimana letak *logogram* di atas dari *logotype*. *Logogram* memiliki perbandingan 3:2 disimbolkan dengan x, sedangkan ukuran *logotype* “SIAK INTERNATIONAL” adalah 48pt dan “Serindit Boat Race” berukuran 36pt.

**f) Secondary Logo**

Spesifikasi yang tepat ditetapkan untuk menunjukkan struktur fisik dari seluruh logo SISBR. Pastikan bentuk dan proporsi yang tepat dibandingkan dengan palang merek dalam sistem grid yang ditunjukkan pada halaman ini. Ketinggian X didefinisikan oleh setengah tinggi simbol.



**Gambar 3. 25**  
**Secondary Logo**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**g) Area Aman dan Ukuran Minimal**

Area aman memastikan visibilitas yang baik ketika merek ditampilkan sehingga menghasilkan efek maksimal. Area aman menetapkan batas yang jelas di sekitar merek. Ruang ini harus dibuat bebas dari elemen visual apa pun yang dapat mengganggu dampak merek. Dalam ilustrasi berikut, metode batas diatur dengan ukuran spesifikasi yang benar, mengarahkan ruang di sekitar merek.



**Gambar 3. 26**

*Structure Primary Logo*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**Gambar 3. 27**

*Minimum Size Primary Logo*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**Gambar 3. 28**  
**Structure Secondary Logo**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**Gambar 3. 29**  
**Minimum Size Secondary Logo**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

#### h) Tipografi

Tipografi memainkan peran penting dalam mengkomunikasikan nada dan kualitas keseluruhan. Penggunaan tipografi yang cermat memperkuat kepribadian kita dan memastikan kejelasan dan harmoni dalam komunikasi. Mengadaptasi *typeface* Typo Gotika Demo sebagai font utama karena dapat beradaptasi pada desain apa pun juga *typeface* ini adalah jenis sans serif

## Typo Gotika Demo

Aa  
 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

Aa  
 Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

Aa  
 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

Aa  
 Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

**Gambar 3. 30**  
**Typeface Typo Gotika Demo**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### i) *Colorway*

Warna penuh muncul di atas latar belakang putih atau hitam untuk selalu diprioritaskan muncul di media apa pun, versi negatif hanya berlaku dalam penggunaan internal, tetapi dalam beberapa keadaan di mana terbatas pada pilihan warna dari teknis dan produksi seperti koran, sablon, cap, *embroidery* dll, dapat menggunakan logo hitam dan putih untuk menjaga keaslian *brand*.

#### Primary Usage

Full color version



White background



Black background

#### Secondary Usage

Negative version



Gradient



Photo/Pattern

#### Terties Usage

Grayscale version



Bright Color



Dark Color

**Gambar 3. 31**

*Colorway*

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### j) *Logo-Incorrect Usage*

Logo telah dirancang khusus, dan untuk konsistensi dan pengakuan yang mudah, logom pedoman ini. Tampaknya ada kesalahan mudah yang harus dihindari ketika merepresentasikan logo, seperti contoh di bawah ini.

## Logo-Incorrect Usage



**Gambar 3. 32**

### **Logo incorrect usage**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### **5. Tagline**

Sebuah *tagline* diperlukan untuk mendukung *branding* dari sebuah merek agar memiliki daya tarik tambahan melalui sebuah kata atau kalimat. *Tagline* dibuat berdasarkan fakta yang diberikan oleh *branding* untuk membangun kepercayaan kepada yang menikmati. Pembuatan *tagline* “Sensasi Tradisi Negeri Madani” menggunakan font Black Diamonds jenis *script font*, serta memakai warna emas pada logo.

*Sensasi Tradisi  
Negeri Madani*



R:183 G:46 B:50  
C:32 M:100 Y:100 K:1

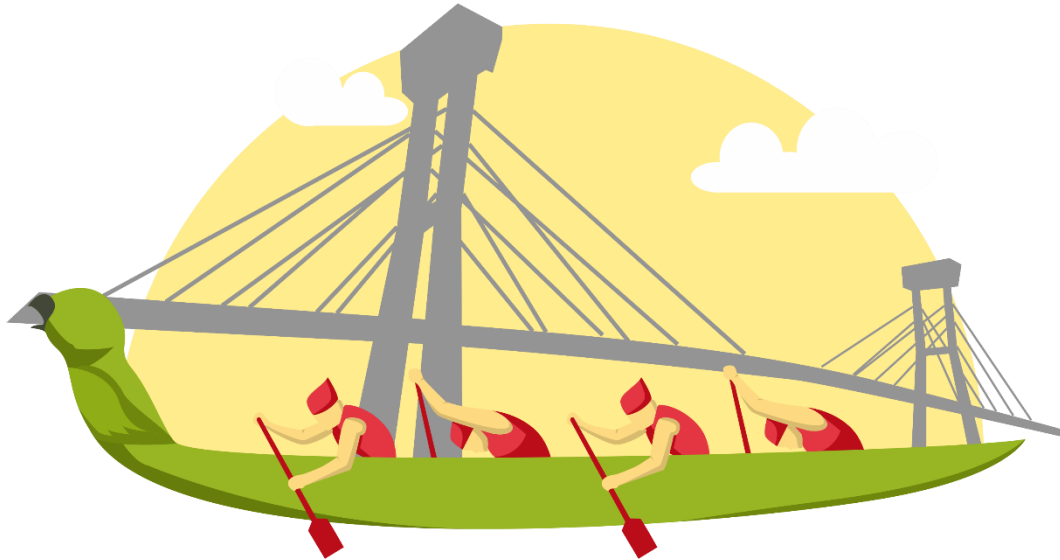
**Gambar 3. 33**

### **Tagline Event SISBR**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

## 6. Ilustrasi *Event*

Pembuatan ilustrasi vektor untuk *branding* SISBR ini memasukan elemen pacu sampan dan jembatan kebanggaan masyarakat Kabupaten Siak yaitu Jembatan Tengku Agung Sultanah Latifah atau yang lebih terkenal Jembatan Siak. Jembatan ini terbentang di atas Sungai Siak sebagai lokasi event SISBR.



**Gambar 3. 34**  
**Ilustrasi event**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

## 7. Media Komunikasi

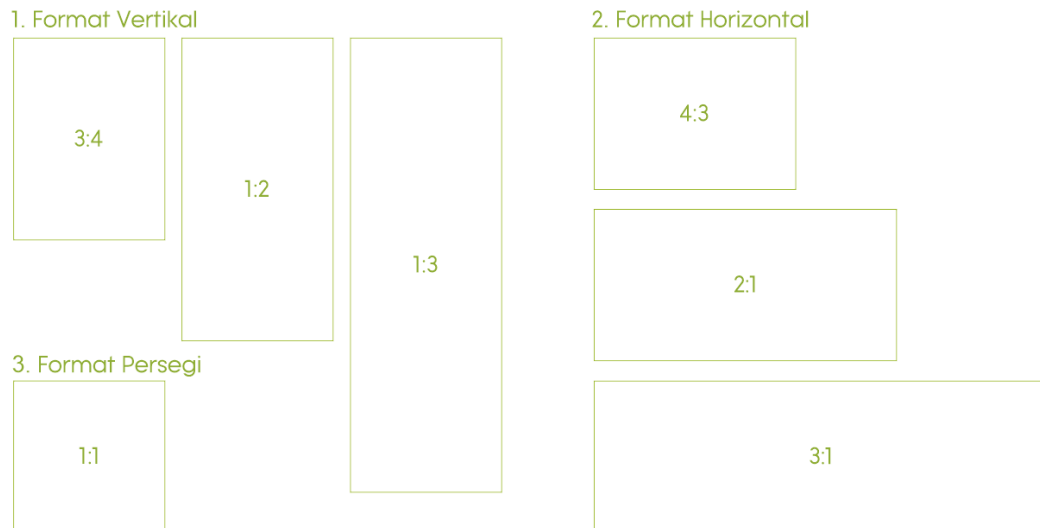
Sebuah *branding* tidak terlepas dari yang namanya komunikasi. Tujuan dalam desain komunikasi dan periklanan ini adalah untuk memberikan identitas dari *brand* SISBR sendiri. Komunikasi dimaksudkan untuk menyampaikan *branding* tersebut kepada target *event* tersebut. Dalam karya tugas akhir ini penulis membuat langkah-langkah dalam mendesain media komunikasi sebagai berikut.

### a) Format

Dalam media komunikasi, *branding* SISBR menggunakan media dasar yang dapat digunakan untuk merujuk berbagai ukuran media yang akan digunakan. Bentuk format media yang digunakan adalah:

- 1) Format media vertical, dengan rasio 3: 4 (seperti ukuran kertas A4 - A0), 1: 2 - 1: 3 (umumnya ditemukan di media papan, spanduk atau media promosi lainnya), media ekstrem (ditemukan di spanduk media).

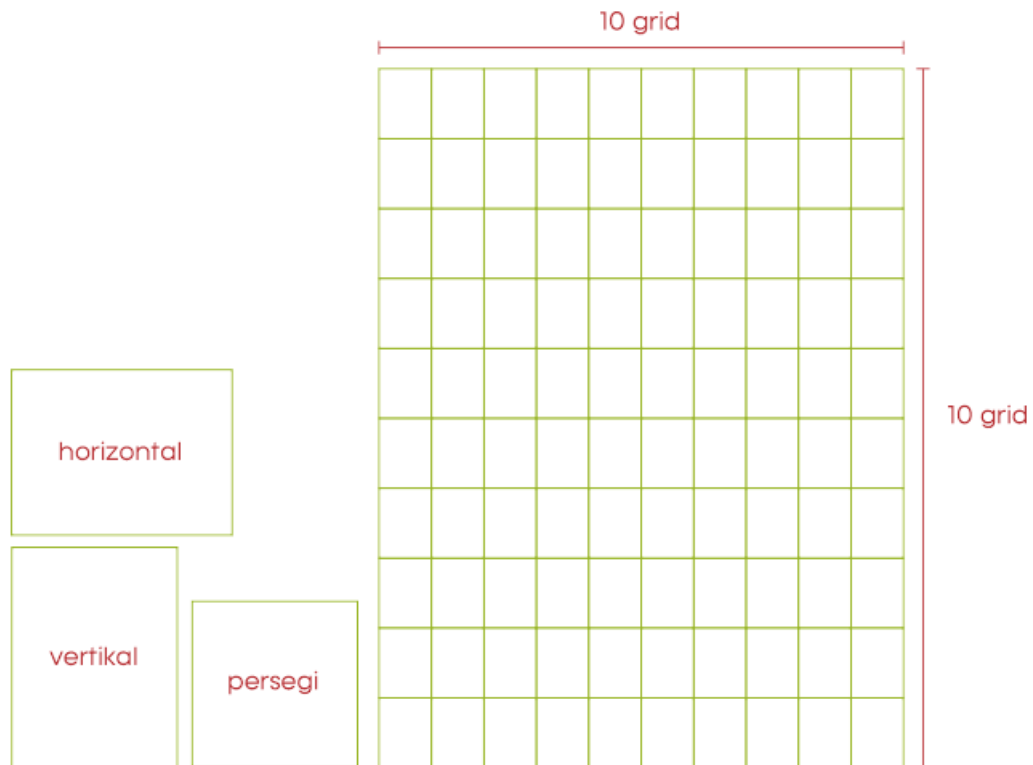
- 2) Format media horizontal, dengan rasio 4: 3 (seperti ukuran kertas A4 - A0), 2: 1 - 3: 1 (umumnya ditemukan di papan iklan, spanduk atau media promosi lainnya), media ekstrem (ditemukan di media spanduk).
- 3) Format persegi, media yang biasa ditemukan di media sosial seperti Instagram.



**Gambar 3. 35**  
**Format Media Komunikasi**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

#### **b) Grid**

Sistem grid di media komunikasi *branding* SISBR selalu menggunakan grid 10 x 10, dimana lebar selalu dibagi 10 sama rata, dan tinggi juga dibagi 10 sama rata. Aturan ini berlaku untuk semua media komunikasi baik dalam media persegi, format horizontal atau vertikal.



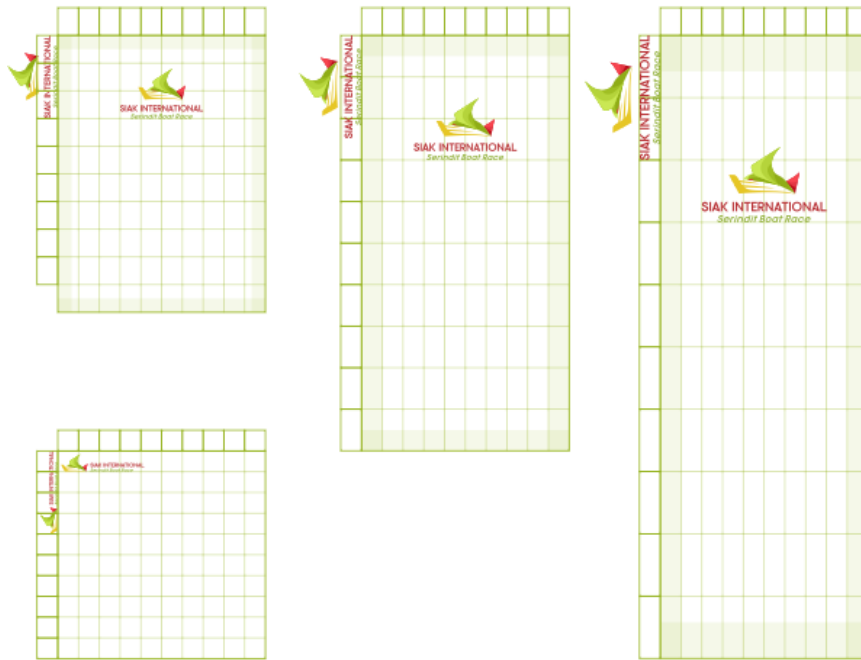
**Gambar 3. 36**  
**Sistem grid**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### c) Skala dan Proporsi

Berikut ini cara mengukur dan merespons logo untuk media komunikasi. Skala dan proporsi merek ditandai dengan grid media terpanjang.

- 1) Rasio aspek media 3:4 - 1:2 - 1:3 - 4:3, menggunakan skala logo (*primary*) dan proporsi ditetapkan dengan 3/10 (3:4 - 4:3), 2,5/10 (1:2), 2/10 (1:3) dari grid media terpanjang.
- 2) Rasio aspek media 1:1, menggunakan skala dan proporsi logo (*secondary*) ditetapkan dengan 4/10 dari grid media terpanjang.
- 3) Rasio aspek media 2:1 - 3:1, menggunakan skala dan proporsi logo (*secondary*) dengan 4/10 dari grid media terpanjang.



**Gambar 3. 37**  
**Skala dan proporsi vertikal dan persegi**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**Gambar 3. 38**  
**Skala dan proporsi horizontal**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



#### d) Penempatan Logo

Logo SISBR harus selalu ditempatkan sesuai dengan skala dan proporsi media komunikasi dan harus dipertahankan secara konsisten untuk memperkuat ekuitas *branding*.



**Gambar 3. 39**  
**Penempatan logo di media vertikal dan persegi**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

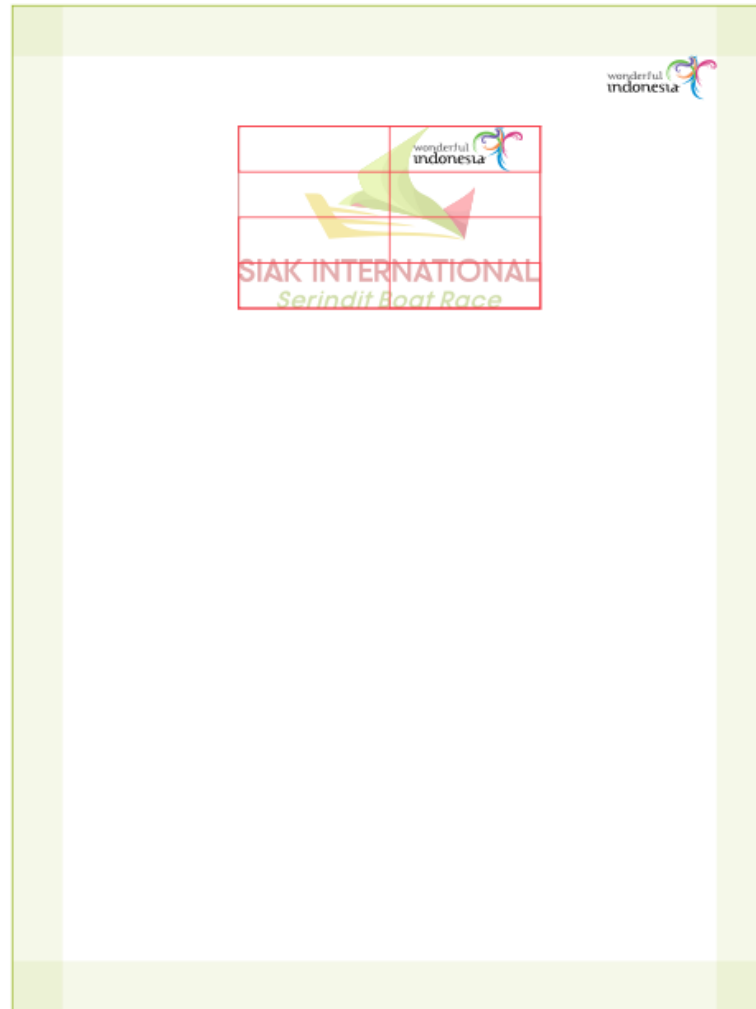


**Gambar 3. 40**  
**Penempatan logo di media horizontal**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

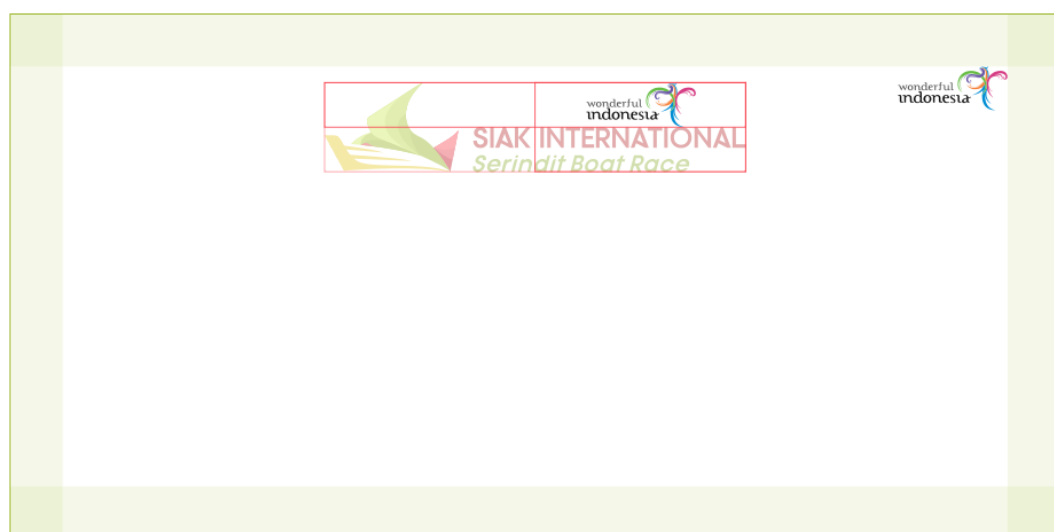
#### **e) Aturan Logo Tambahan**

Inilah cara mengukur dan posisi logo tambahan. Saat menggunakan tipe *primary* logo SISBR, lebar logo tambahan adalah  $\frac{1}{8}$  dari luas logo SISBR dan posisi logo tambahan berada di atas kanan.

Saat menggunakan tipe *secondary* logo SISBR, logo tambahan adalah  $\frac{1}{4}$  dari luas logo SISBR dan posisi logo tambahan berada di atas kanan.



**Gambar 3. 41**  
**Aturan vertikal logo tambahan**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**Gambar 3. 42**  
**Aturan horizontal logo tambahan**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### f) Template

Berikut adalah 2 jenis template sistem komunikasi, yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan komunikasi dan pengiriman pesan.



**Gambar 3. 43**  
**Template media**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### 1) Template Biru

Struktur dasar sistem template biru terdiri dari banyak elemen, seperti headline, sub-headline, tagline, pencitraan, dan informasi pendukung untuk menyampaikan pesan yang jelas dan fokus.



**Gambar 3. 44**  
**Langkah membuat template biru**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

a) Vertikal (3:4)

Berikut ini adalah penempatan konten yang disarankan untuk sistem template biru yang dapat diterapkan dalam format vertikal (3:4) dengan rasio A4, A3, A2, A1, A0. Format ini dapat digunakan untuk Poster, Brosur, Majalah, dll. Dibawah ini contoh membuat template biru.



**Gambar 3. 45**  
**Template biru vertikal (3:4)**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

## b) Horizontal (4:3)

Berikut ini adalah penempatan konten yang disarankan untuk template biru yang dapat diterapkan dalam format horizontal (4:3) dengan rasio A4, A3, A2, A1, A0. Format ini dapat digunakan untuk Brosur, Majalah, dll.



**Gambar 3. 46**  
**Template biru horizontal (4:3)**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

c) Vertikal (1:2 dan 1:3)

Berikut ini adalah penempatan konten yang disarankan untuk template biru yang dapat diterapkan dalam format vertikal (1:2, 1:3). Format ini dapat digunakan untuk Brosur, X-Banner, Banner, dll.

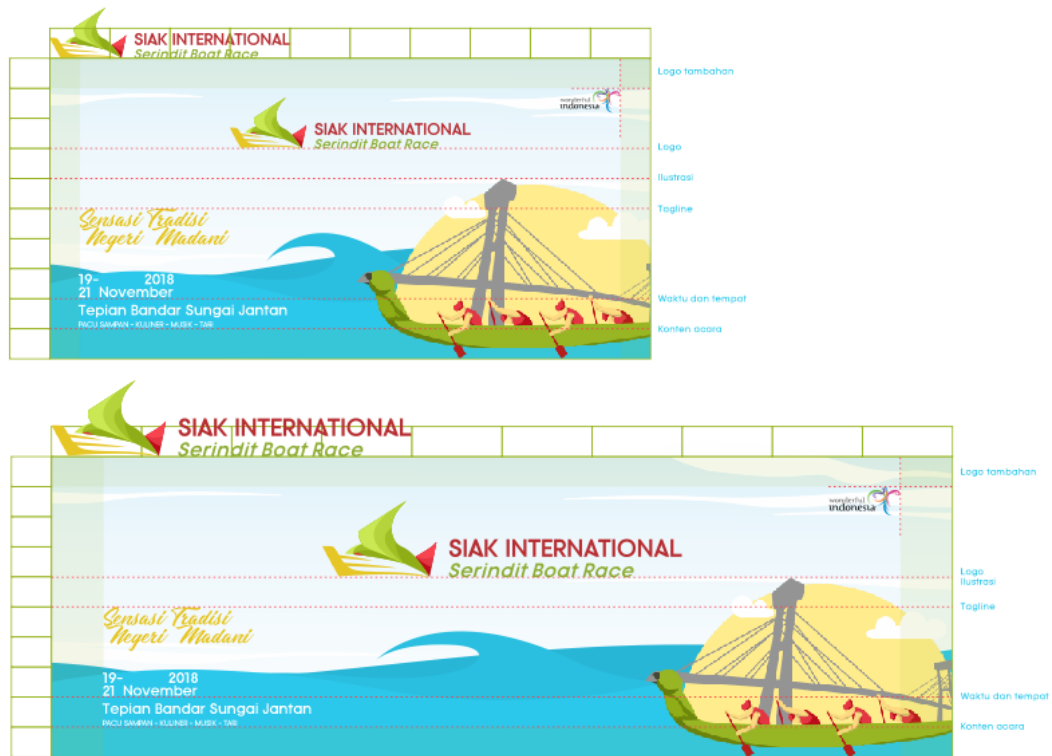


**Gambar 3. 47**  
**Template biru vertikal (1:2-1:3)**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



d) Horizontal (2:1 dan 3:1)

Berikut ini adalah penempatan konten yang disarankan untuk template biru yang dapat diterapkan dalam format horizontal (2:1 dan 3:1). Format ini dapat digunakan untuk Papan Reklame, Spanduk Horizontal, dll.



**Gambar 3. 48**  
**Template biru horizontal (2:1 dan 3:1)**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

2) Template Hijau

Struktur dasar sistem template hijau terdiri dari banyak elemen, seperti headline, sub-headline, tagline, pencitraan, dan informasi pendukung untuk menyampaikan pesan yang jelas dan fokus.



**Gambar 3. 49**

**Langkah membuat template hijau**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

a) Vertikal (3:4)

Berikut ini adalah penempatan konten yang disarankan untuk sistem template hijau yang dapat diterapkan dalam format vertikal (3:4) dengan rasio A4, A3, A2, A1, A0. Format ini dapat digunakan untuk Poster, Brosur, Majalah, dll. Dibawah ini contoh membuat template hijau.



**Gambar 3. 50**

**Template hijau vertikal (3:4)**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

## b) Horizontal (4:3)

Berikut ini adalah penempatan konten yang disarankan untuk template hijau yang dapat diterapkan dalam format horizontal (4:3) dengan rasio A4, A3, A2, A1, A0. Format ini dapat digunakan untuk Brosur, Majalah, dll.



**Gambar 3. 51**  
**Template hijau horizontal (4:3)**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

c) Vertikal (1:2 dan 1:3)

Berikut ini adalah penempatan konten yang disarankan untuk template hijau yang dapat diterapkan dalam format vertikal (1:2 dan 1:3). Format ini dapat digunakan untuk Brosur, X-Banner, Banner, dll.



**Gambar 3. 52**  
**Template hijau vertikal (1:2 dan 1:3)**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

d) Horizontal (2:1 dan 3:1)

Berikut ini adalah penempatan konten yang disarankan untuk template hijau yang dapat diterapkan dalam format horizontal (2:1 dan 3:1). Format ini dapat digunakan untuk Papan Reklame, Spanduk Horizontal, dll.



**Gambar 3. 53**  
**Template hijau horizontal (2:1 dan 3:1)**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### 3) Template Persegi

Rasio persegi menggunakan 10x10 grid untuk menentukan konten media. Rasio ini biasa ditemukan di media sosial, seperti Instragram.



**Gambar 3. 54**  
**Template Persegi**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

## 8. *Mockup* dan Desain

*Mockup* adalah sebuah media visual atau *preview* dari sebuah konsep desain "datar" yang diberikan efek visual sehingga hasilnya sangat tampak atau menyerupai wujud nyata, *mockup* dapat memberikan gambaran nyata dari sebuah konsep desain bagaimana konsep itu akan terlihat nantinya jika sudah diaplikasikan menjadi benda nyata apakah terlihat bagus atau kurang sesuai.

### a) Poster

Poster adalah jenis reklame berupa selembaran kertas yang berisi gambar dan tulisan yang dibuat semenarik mungkin dan ditempatkan dengan cara ditempel ditempat-tempat umum yang strategis. Berikut ini contoh reklame poster. Poster dibuat dalam ukuran 29,7 x 42 cm.



**Gambar 3. 55**

***Mockup* Poster**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### b) Baliho dan Billboard

Baliho adalah jenis reklame yang berisi gambar/ tulisan menarik dan informatif dengan ukuran besar, ditempatkan di tempat umum dan strategis menggunakan tiang besar dan kuat dan bersifat semi permanen. Berikut ini contoh reklame baliho. Sedangkan *billboard* bersifat permanen. Berukuran 3 x 1 m.



**Gambar 3. 56**

#### ***Mockup Billboard***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**c) X-Banner**

*Banner* adalah jenis reklame dengan bentuk kotak (potrait) biasanya dicetak dengan digital printing menggunakan MMT ditempatkan depan toko atau instansi menggunakan penyangga. Berukuran 160 x 60 cm.



**Gambar 3. 57**

**Mockup X-Banner**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

**d) Banner**

Reklame banner yaitu jenis reklame memiliki bentuk bermacam, bisa kotak atau persegi panjang. Banner yang penulis buat berukuran 200 x 60 cm.



**Gambar 3. 58**  
**Banner untuk umbu-umbul**  
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

e) **Backdrop**

*Backdrop* adalah jenis banner yang digunakan sebagai latar belakang panggung dan diletakkan di belakang panggung. Ukuran *backdrop* ini yaitu 4x2 m.



**Gambar 3. 59**  
**Desain Backdrop**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

f) **Photo Both**

*Photo Both* adalah media *background* untuk berfoto pada sebuah event. Photobooth yang penulis buat berjenis banner berukuran 2x4 m. Desain pada *photo both* ini menggunakan materi logo dan ilustrasi saja.



**Gambar 3. 60**  
**Desain Photo Both**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### g) T-Shirt

Desain *mockup* T-Shirt dibuat untuk keperluan panitia maupun dijadikan sebagai *merchandise* pada event.



**Gambar 3. 61**

***Mockup Tampak Depan dan Belakang T-Shirt***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### h) ID Card

Desain *ID Card* dibuat untuk keperluan panitia dan peserta lomba sebagai pengenal dan pembeda di event.



**Gambar 3. 62**

***Mockup ID Card Panitia***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

**i) Lanyard**

*Lanyard* adalah sebuah tali gantungan untuk meletakkan kartu identitas atau benda lain seperti hp dan USB, tali *lanyard* biasa kita jumpai pada tempat kerja seperti bank, instansi pemerintah, travel, tour, umroh, haji atau panitia sebuah event.



**Gambar 3. 63**  
**Mockup Lanyard**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

**j) Payung**

Payung adalah suatu benda pegang yang digunakan untuk mencegah hujan mengguyur tubuh seseorang dan terpapar dari sinar matahari. Payung tersebut dapat juga digunakan sebagai *merchandise* pada event.



**Gambar 3. 64**  
**Mockup Payung**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### k) Topi

Topi adalah suatu jenis penutup kepala. Penggunaan Topi dimaksudkan untuk beberapa alasan. Umumnya digunakan sebagai aksesoris pakaian dan sebagai pelindung dari sinar matahari. Selain itu topi dapat digunakan sebagai *merchandise* pada event.



**Gambar 3. 65**

***Mockup Topi***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### l) Polo Shirt

Polo shirt adalah sebutan untuk jenis kaos yang berkerah. Kaos berkerah ini cocok digunakan untuk para pejabat daerah pada penyelenggaraan event. Dikarenakan sifat dari kaos berkerah ini yaitu santai namun tetap berkesan sopan.



**Gambar 3. 66**

***Mockup Polo Shirt***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### m) Plakat

Plakat adalah jenis benda yang terbuat dari bahan tertentu dan biasanya digunakan sebagai souvenir atau hadiah yang diberikan pada momen spesial tertentu. Plakat yang penulis desain ini menggunakan kaca akrilik sebagai bahannya.



**Gambar 3. 67**  
***Mockup Plakat***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### n) Totebag

Totebag termasuk dalam kategori tas jinjing. Biasa digunakan untuk membawa buku, peralatan maupun penggunaan lain. Dengan kata lain dapat dikatakan tote bag bisa digunakan untuk membawa apa saja.

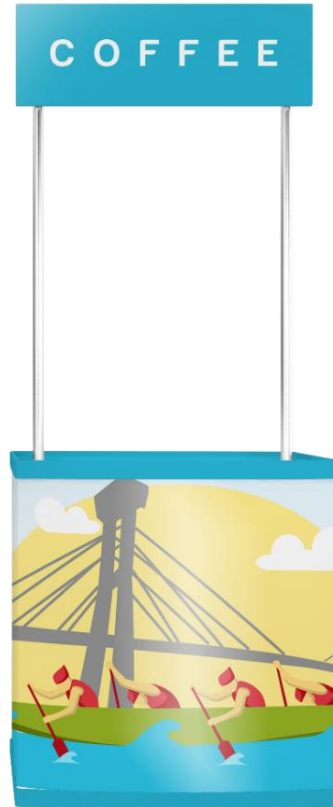


**Gambar 3. 68**  
***Desain Totebag***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

**o) Both Bazaar**

Desain *both bazaar* ini bertujuan untuk menyediakan kebutuhan sekaligus mempromosikan kuliner yang ada di Kabupaten Siak.



**Gambar 3. 69**

***Mockup Both Bazaar***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

**p) Pin Button**

Pin *button* adalah aksesoris yang bisa diletakkan atau dikaitkan pada bahan kain menggunakan jarum. Pin *button* bisa digunakan sebagai *merchandise* pada event.



**Gambar 3. 70**

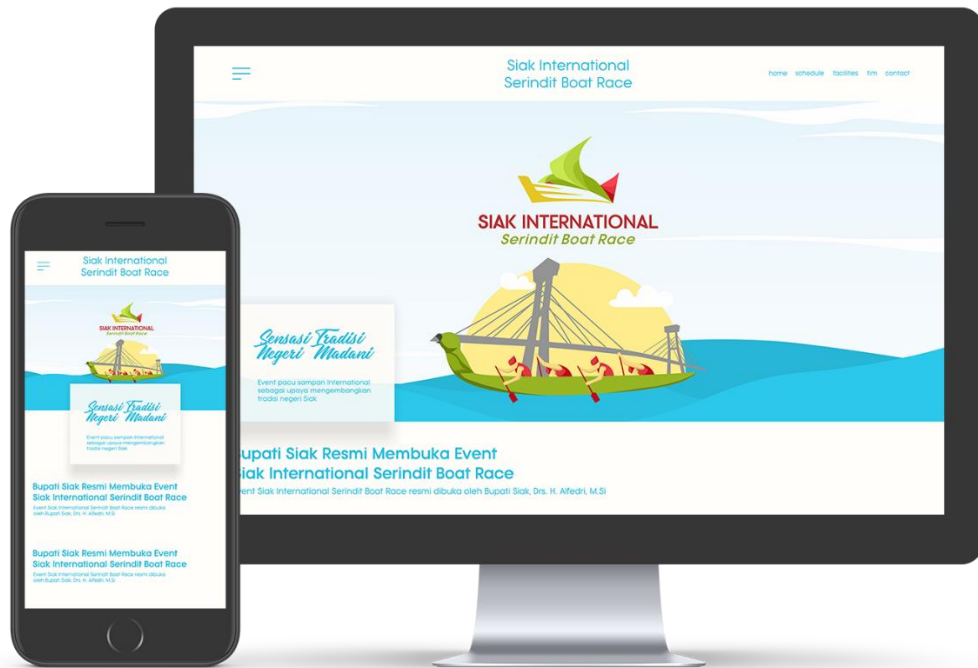
***Mockup Pin Button***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)



**q) Website**

Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Penulis membuat desain website untuk komputer dan untuk *smartphone* agar dapat diakses dimana pun orang.



**Gambar 3. 71**  
**Mockup Website**

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

## r) Facebook

Facebook adalah salah satu *social network* yang sangat banyak penggunaanya mulai dari remaja hingga orang tua. Tujuan dibuatnya akun facebook agar semua kalangan masyarakat dapat mengetahui informasi tentang *event* SISBR tersebut.



**Gambar 3. 72**

***Mockup facebook***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)

### s) Instagram

Instagram adalah media sosial dan komunikasi yang paling banyak penggunaannya saat ini mayoritas anak muda.



**Gambar 3. 73**

***Mockup Instagram***

Sumber: Dokumentasi Penulis (2019)